



DECODING

Demain, tous à vélo : les Français sont-ils prêts ?



Juin 2022
#2



DECODING

DEMAIN, TOUS À VÉLO : LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS ?



“ *Après le premier confinement j’avais envie d’utiliser le vélo pour aller travailler car je n’avais pas envie de prendre le RER bondé. En plus sur le vélo, on est libre on n’a pas à porter de masques et on a moins de chance d’attraper le Covid.*

On pourrait faire de la réduction d’impôt pour les gens qui font vraiment du vélo, ou donner des primes au Km.

L’intensification de l’usage du vélo comme mode de déplacement s’observe au quotidien dans nos rues et sur nos routes. Qu’il soit électrique ou non, possédé ou en mode partagé, le vélo s’est imposé ces dernières années comme un acteur clé de la mobilité, notamment dans les grandes villes.

Pour autant, les Français sont-ils vraiment prêts à faire du vélo leur principal moyen de transport ?

Dans ce second numéro de Decoding, l’équipe d’Ifop IQ questionne ses consommateurs, faisant le point sur leur **enthousiasme** et leurs **réticences** vis-à-vis de l’adoption du vélo, tout en réfléchissant avec eux aux **solutions incitatives à adopter**.

#1 DE BONNES RAISONS DE S'Y METTRE



DECODING

DEMAIN, TOUS À VÉLO :
LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS ?

“ J’ai 56 ans et je ne suis pas un grand sportif, c’est ma manière à moi de reprendre le sport. C’est bon pour la santé.

C’est marrant mais entre cyclistes on se sent en communauté, parfois je m’arrête même pour discuter avec d’autres cyclistes. Avec mes amis qui font du vélo on a un sujet de conversation en commun. Ça rapproche.

Pour les Français comme pour les autorités publiques, le vélo s’affirme comme un mode de transport d’avenir répondant à un triple enjeu stratégique :

- enjeu environnemental et climatique : c’est un **mode de déplacement écologique**
- enjeu de santé publique : c’est une **pratique sportive favorisant santé et bien être**
- enjeu économique : il permet de **réduire le budget mobilité**

Certains facteurs conjoncturels ont accéléré son usage en milieu urbain. Tout d’abord, la crise **sanitaire** a joué un rôle important dans le choix du vélo comme alternative aux transports en commun perçus comme un facteur de **risque en termes de contamination**, notamment aux heures de pointe. Les habitudes prises durant la pandémie perdurent, d’autant plus que l’augmentation du télétravail a **desserré la contrainte de déplacements professionnels quotidiens** pour certains travailleurs.

Aujourd’hui, avec la **crise énergétique** et le renchérissement du **coût des carburants** qui se profile, c’est un autre facteur conjoncturel qui joue au détriment du recours à l’automobile et qui accentue encore l’attractivité du vélo.

A ces raisons rationnelles, s’ajoutent le **plaisir** et le **sentiment de liberté**, arguments « **cool** » et « **lifestyle** » **des cadres urbains**. Certains de ces utilisateurs revendiquent d’appartenir à une **communauté de citoyens œuvrant au bien de la planète**.



#2 ET POURTANT, ENCORE DES RAISONS DE LAISSER SON VÉLO À LA MAISON

DECODING

DEMAIN, TOUS À VÉLO :
LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS ?

“ *Je ne me sens pas en sécurité, je ne prends plus mes enfants avec moi à vélo car les voitures sont trop dangereuses, j’avais mis mon bras pour tourner, j’avais ma petite fille de deux ans avec moi, et on a failli se faire renverser par une voiture.*

Mon vélo a été volé en plein jour dans une rue passante avec une chaîne.

Néanmoins, des freins existent aussi et ils devront être pris en compte pour élargir l’usage du vélo en milieu urbain.

Au premier rang des facteurs susceptibles de décourager l’usage du vélo se trouve sans surprise la question de la **sécurité** dans un environnement qui peut paraître dangereux en **l’absence d’aménagements spécifiques**, notamment de pistes cyclables.

Les problèmes rencontrés pour **stationner de façon sécurisée** son vélo sont un autre facteur fortement dissuasif, surtout pour les modèles électriques plus onéreux. **L’incivisme des autres usagers** de la route est également ressenti comme allant à l’encontre d’une utilisation plus régulière du vélo.

Enfin, à ces freins touchant à la sécurité s’ajoute des **barrières d’ordre pratique** : hors de question d’**arriver transpirant à un rendez-vous client**, pas agréable de commencer sa journée **trempé par la pluie**.

Et que faire des sacs à main, sacoches d’ordinateur, lunchbox, etc. **Ces petites charges quotidiennes à transporter** se prêtent à priori mal à ce mode de déplacement.

“ *J’ai souvent des rendez-vous avec des clients, je me déplace beaucoup. Pour mon travail je ne peux pas me permettre d’arriver transpirant ou mouillé devant les clients. Donc pour le travail c’est la voiture.*



#3 DES MESURES INCITATIVES PORTÉES PAR LES POUVOIRS PUBLICS

DECODING

DEMAIN, TOUS À VÉLO :
LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS ?

“ L’aide pour l’achat du vélo a été un déclencheur. Ça faisait longtemps que j’y réfléchissais et puis là je me suis dit que c’était la bonne occasion.

On devrait adapter les transports en commun pour le vélo. Dans les meilleurs des mondes je pourrais amener partout mon vélo avec moi.

J’étais à Utrecht et il y avait des grands garages à vélos dans les gares, on devrait faire ça pour la région parisienne, comme au Pays-Bas.

Que faire face à ces freins ?

Des **facilitations incitatives encadrées par des politiques publiques**, comme la loi d’orientation des mobilités (LOM) et le Plan Vélo, visent une **augmentation de 9% de la part modale du vélo d’ici 2024, en France.**

Ile-de-France Mobilités, autorité organisatrice des mobilités régionales, a mis en place un **dispositif d’aide à l’achat des vélos électrique** pour en favoriser l’adoption. Cette initiative s’affirme d’ores et déjà comme un véritable succès. En témoignent les résultats d’une étude réalisée par l’Ifop : pour 2/3 des bénéficiaires, cette **aide a été décisive dans l’achat d’un vélo électrique**, utilisé pour des trajets du quotidien effectués auparavant en voiture pour 57% des bénéficiaires, et en transports en commun pour 52% d’entre eux.

Face au vol et au vandalisme, la ville de Paris a installé **une cinquantaine d’abris vélos sécurisés, intégrant une station de gonflage**. Fabriqués en France et mis en service par la société française **Altinnova, designer de solutions et d’aménagements cyclables**, ces abris **s’exportent aujourd’hui jusqu’à New York.**

D’autres solutions sont encore à inventer pour **sécuriser davantage les voies cyclables** ou encore **faciliter l’accueil des vélos en gare ou dans les transports en commun.**

#4 LE VÉLOTAF, QUELLES OPPORTUNITÉS POUR LES MARQUES ?



DECODING

DEMAIN, TOUS À VÉLO :
LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS ?

Le déploiement du **vélotaf** - contraction entre vélo et taffer, et plus largement, la **multiplication de l'utilisation des deux-roues** (vélos, motos, scooters, trottinettes) dans l'environnement citadin fait émerger des **besoins usagers inédits**. Les marques dédiées au vélo et aux deux roues, proposant habituellement soit une offre sportive technique soit une offre de loisir, surfent sur cette mutation des mobilités. Puisque le **vélotaf est le nouveau cool des cadres urbains**, ces marques se positionnent sur le lifestyle :



SUPER 73 : IT-BIKE

La **marque californienne de lifestyle adventure**, spécialiste du vélo électrique, reprend les codes de la culture Beatnik, et fait du vélo électrique le nouvel objet de mode désirable et collector pour les urbains. Depuis 2018, **Super 73** a investi le marché français.

TOMO CLOTHING : SOUS LA PLUIE

Être tendance, se sentir confiante et puissante, même à vélo sous la pluie, c'est possible. Créée en 2021, la marque française de mode **TOMO Clothing** propose des vêtements et équipements, citadins et lifestyle, pour les **femmes modernes à deux-roues**.



R-PUR : ANTI-POLLUTION

Si le vélo est synonyme de santé, la fumée des pots d'échappement et la pollution urbaine sur les routes le sont beaucoup moins. **R-Pur**, jeune start-up française, a créé une nouvelle génération de **masques hybrides**, permettant de filtrer l'air pendant l'effort.



Et vous ? Vous êtes-vous demandé comment accompagner vos usagers et clients dans l'évolution de leur mobilité ? Connaissez-vous leurs pratiques et leurs besoins ? Donnez-leur la parole.



DE CODING

DEMAIN, TOUS À VÉLO :
LES FRANÇAIS SONT-ILS PRÊTS ?

Tous les deux mois, l'équipe IFOP IQ vous propose une plongée exploratoire dans la tête de ses consommateurs. A bientôt !

DECODED BY



Patrice Galiana
Directeur adjoint Ifop IQ



Catherine Ho
Cheffe de groupe Ifop IQ



Notre article fait écho à des **problématiques que vous souhaitez explorer**, à des **axes stratégiques que vous souhaitez implanter** ?

Contactez-nous.



catherine.ho@ifop.com